

РЕШЕНИЕ

по делу № Р-21/24 2016

05 августа 2016 г.
Благовещенск

г.

Комиссия Амурского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>,

рассмотрев дело № **Р-21/24 2016** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований, установленных пунктом 3 части 2 статьи 5и пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Закон «О рекламе»)

в отсутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

Индивидуального предпринимателя В<...>, <...>, уведомлена надлежащим образом, ходатайствовала о рассмотрении дела без ее участия (вх. № 3543 от 04.08.016),

заинтересованного лица – ---, эксперта – ---, переводчика – ---.

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе на территории Амурской области 23.05.2016 Амурским УФАС России зафиксирован факт распространения информации об алкогольной продукции, размещенной на заборе в виде рекламной растяжки по улице Островского, между улицами Горького и Красноармейской, возле кафе «Asahi», расположенного по адресу: г. Благовещенск, ул. Островского, д. 55.

На рекламной растяжке слева направо содержатся изображения: пивного бочонка, 5 бокалов с пенным напитком от темных до светлых цветов, на каждом из которых имеется логотип «Asahi» - марки японского пива. Кроме того, логотип «Asahi» размещен и в правом верхнем углу рекламной растяжки над бокалами.

Установлено, что данная информация, согласно пункту 1 статьи 3 Закона «О рекламе», является рекламой, поскольку указанная растяжка с изображением пивного бочонка и бокалами алкогольной продукции, размещенная возле кафе «Asahi», обращена не внутрь забора (ограждения), а наружу (в сторону пешеходного тротуара и автомобильной дороги по ул. Островского, между улиц Горького и Красноармейской), и, соответственно, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц - потребителей указанной рекламы - к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 03-2761 от 18.07.2016 в отношении ИП В<...> возбуждено дело № Р-21/24 2016, согласно которому дело назначено к рассмотрению на 05.08.2016 в 10:00 часов.

В ходе рассмотрения дела установлено следующее.

Амурским УФАС России 23.05.2016 на основании приказа от 23.05.2016 «О проведении проверки наружной рекламы» № 84 был зафиксирован факт распространения вышеуказанной рекламы.

Амурским УФАС России в связи с необходимостью установления рекламораспространителя был сделан запрос ИП В<...> (исх. № 02-2589 от 06.07.2016). Из ответа ИП В<...> (вх. № 3170 от 13.07.2016) следует, что ею была изготовлена и размещена рекламная растяжка с изображением фирменных бокалов с логотипом «Asahi», наполненных безалкогольными напитками – витамин С, сидр, кофе, квас и так далее, выпускаемые компанией «Asahi».

Комиссия Амурского УФАС России, исследовав имеющиеся материалы дела, письменные пояснения ИП В<...>, пришла к следующим выводам.

Согласно [пункту 1 статьи 3](#) Закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

На основании [пункта 4 статьи 3](#) Закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно [части 4 статьи 2](#) Закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого Законом «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

Недобросовестной признается, в том числе реклама, которая представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте ([пункт 3 части 2 статьи 5](#) Закона «О рекламе»).

[Часть 1 статьи 21](#) Закона «О рекламе» содержит нормы, накладывающие ограничения на содержание рекламы алкогольной продукции и направленные на снижение уровня эмоционального воздействия такой рекламы на потребителей.

[Пункт 5 части 2 статьи 21](#) Закона «О рекламе» устанавливает, что реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Исходя из положений [статьи 19](#) Закона «О рекламе» следует, что названный [Закон](#)

не содержит исчерпывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем рекламной конструкцией является любое техническое средство стабильного размещения.

В силу [пункта 16](#) информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе", информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Таким образом, размещенная ИП В<...> на рекламной конструкции информация является рекламой, так как обладает всеми признаками рекламы, а именно: привлекает внимание к объекту рекламирования, формирует и поддерживает интерес неопределенного круга потребителей к пиву «Asahi».

Реклама фиксирует внимание потребителей на логотипе «Asahi» и изображении бокалов с разными видами пенного напитка.

Восприятие потребителями логотипа в качестве рекламы конкретного товара зависит от знакомства потребителя с товарами, выпускаемыми под данным логотипом.

Пиво «Asahi» широко представлено в продаже и известно потребителю. Витамин С, сидр, квас, спортивные напитки и другое, также выпускаемые компанией «Asahi», не столь известны потребителю.

Кроме того, визуальное сравнение изображенных в рассматриваемой рекламе бокалов с пенными напитками и представленных ИП В<...> (вх. №3170 от 13.07.2016 и №3543 от 04.08.2016) фотографии других напитков компании «Asahi» позволяет заключить об отсутствии сходства между ними. Очевидны различия не только в дизайне бокалов, но и в содержащихся в них напитках. Так, на рекламных растяжках представлены пивные бокалы, заполненные различными по цвету охлажденными жидкостями с пенной шапкой, что характерно именно для пива. На фото же представлены выпускаемые компанией «Asahi» вода – жидкость прозрачного цвета, и витамин – жидкость, похожая по цвету на изображении в рекламной растяжке, но без пенной шапки, что говорит об отсутствии идентичных характерных черт рассматриваемых продуктов компании «Asahi».

Таким образом, Комиссия Амурского УФАС России приходит к выводу о том, что изображенные бокалы с пенной жидкостью на рекламной растяжке вызывают прочные ассоциативные связи именно с пивом «Asahi», а не другими безалкогольными напитками «Asahi».

В соответствии с [пунктом 7 статьи 2](#) Федерального закона от 22.11.1995 N171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" пиво является одним из видов алкогольной продукции.

Следовательно, фактически на рекламной растяжке распространяется реклама пива «Asahi», запрещенная к распространению данным способом в нарушение требований [пункта 3 части 2 статьи 5](#), [пункта 5 части 2 статьи 21](#) Закона «О

рекламе».

Таким образом, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям [пункта 3 части 2 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21](#) Закона «О рекламе».

В силу части 6 статьи 38 Закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных [частями 2 - 8 статьи 5, частями 1, 3, 5 статьи 21](#) настоящего Закона.

Ответственность за нарушение требований, установленных [пунктом 5 части 2 статьи 21](#) Закона «О рекламе» в соответствии с частью 7 статьи 38 настоящего Закона возложена на рекламодателя.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований установленных частями 2 - 8 статьи 5, статьей 28 поименованного Закона – несет рекламодатель.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований установленных частями 1, 4, 7, 8, 11 и 13 статьи 28 поименованного Закона – несет рекламодатель.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Закона «О рекламе»).

Согласно [пункту 7 статьи 3](#) Закона "О рекламе" рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Учитывая, что согласно частям 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», в данном случае ИП В<...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, дата регистрации – 15.03.2005, адрес места нахождения: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. <...>), является как рекламодателем, так и рекламодателем рассматриваемой рекламы, то она несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 5, частью 2 статьей 21 Закона «О рекламе».

Комиссией Амурского УФАС России, по совокупности документов установлено, что по вине рекламодателя (рекламодателя) ИП В<...> произошло распространение на территории Амурской области вышеназванной рекламы, не соответствующей требованиям пункта 3 части 2 статьи 5 и пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе».

Комиссия Амурского УФАС России считает, что ИП В<...>, являясь рекламодателем и рекламодателем вышеназванной рекламы, имела возможность не распространять рекламу алкогольной продукции с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, что исключило бы нарушение пункта 3 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе», что исключило бы, в свою очередь, распространение рекламы товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, следовательно исключило бы нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе», однако не предприняла

для этого соответствующих мер.

Согласно частей 4 и 6 статьи 38 Закона «О рекламе» к лицу, виновному в нарушении требований законодательства о рекламе, необходимо применить меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу алкогольной продукции Индивидуального предпринимателя В<...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, дата регистрации – <...>, адрес места нахождения: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. <...>), размещенную на заборе в виде рекламной растяжки по улице Островского между улицами Горького и Красноармейской возле кафе «Asahi», расположенного по адресу: г. Благовещенск, ул. <...>,

поскольку в ней нарушены требования пункта 3 части 2 статьи 5 и пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП В<...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Амурского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме 08 августа 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

<...>